

# **MODEL PENGEMBANGAN PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) “*BROADBAND LEARNING CENTER*” (BLC) PADA PT. TELKOM**

**Studi Deskriptif Kuantitatif Model Pengembangan terhadap Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “Broadband Learning Center” (BLC) Surabaya oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur**

**Yunita Mariana Putri Dan Saifuddin Zuhri**

Progdi Ilmu Komunikasi

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

***Email: udin\_zuhrog@yahoo.com***

## ***ABSTRACT***

*Companies need to establish a good image to the public so it can be profitable for his company. PT. Telekomunikasi Indonesia East Java Regional Division V has an obligation to be responsible for the gap and the Internet Computer Technology in Surabaya, Corporate Social Responsibility is Broadband Learning Center.*

*The Macro Model Of Public Relations Evaluation models used to measure the development of a program that is conducted by a Public Relations company. The research method used is descriptive quantitative research. The population of this research is the public or users of Broadband Learning Center aged 17 - 60 years who knows CSR programs Telkom Broadband Learning Center on the assumption that respondents understand what is being researched that will affect the accuracy of the data generated. Sampling technique in this study using purposive sampling technique. Based on the sampling technique, the number of respondents obtained as many as 100 people.*

*Based on the analysis of the results of a survey conducted by researchers of the development model of CSR Broadband Learning Center program, an overall total score of each indicator CSR program "Broadband Learning Center can be inferred include Corporate Social Responsibility program that develops a change in attitude, changes in behavior and level of consciousness .*

## **PENDAHULUAN**

Pada saat Industri berkembang setelah terjadinya revolusi industri, kebanyakan perusahaan masih memfokuskan dirinya sebagai organisasi yang hanya mencari keuntungan. Untuk menjalankan usahanya, banyak perusahaan-perusahaan besar yang mengeksploitasi sumber-sumber kekayaan alam. Dari satu sisi sektor

industri dan korporasi-korporasi skala besar telah mampu memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi disisi lain eksploitasi sumber-sumber daya alam oleh sektor industri seringkali menyebabkan terjadinya penurunan lingkungan. Di satu sisi ekonomi perekonomian tumbuh secara modern dan sangat pesat (Salamah,2008)

Sebuah perusahaan juga dituntut akan pentingnya sebuah hubungan yang baik dengan masyarakat di lingkungan sekitarnya, dengan membangun hubungan yang lebih baik, maka akan terbentuk sebuah hubungan yang harmonis antara perusahaan atau industri dengan lingkungannya. Dari hubungan ini masyarakat diharapkan dapat berperilaku santun dan kooperatif terhadap eksistensi perusahaan, sementara perusahaan tetap beroperasi secara sehat dalam mengejar keuntungannya, disamping itu tetap meningkatkan tanggung jawab sosial terhadap lingkungannya. Tingkat kesadaran masyarakat itulah yang kemudian memunculkan kesadaran baru tentang melaksanakan tanggung jawab sosial yang dikenal dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*), selain itu pemahaman ini memberi tuntunan bahwa perusahaan bukan hanya sebuah identitas yang hanya mementingkan diri sendiri, melainkan sebuah identitas usaha yang perlu melakukan adaptasi dengan lingkungan sosialnya. CSR adalah sebuah konsep tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat sekitar. Program CSR sangat penting diterapkan dalam perusahaan, karena nantinya akan muncul keseimbangan antara perusahaan, masyarakat dan lingkungan sekitar (Salamah, 2008)

Di Indonesia telah ditetapkan peraturan yang dikeluarkan oleh Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) mengenai kewajiban BUMN Indonesia untuk menyelenggarakan CSR. Sebagai salah satu BUMN

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk banyak memiliki cabang di seluruh Indonesia salah satunya adalah PT. Telkom Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur.

PT. Telkom Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur sebagai perusahaan Publik yang peduli semakin terlibat dalam kehidupan perkotaan dan mendekatkan diri pada aktivitas pelanggan serta nilai kesejahteraan masyarakatnya, oleh sebab itu Telkom berharap terjadinya sebuah kolaborasi antara sukses membangun Jawa Timur terutama Kota Surabaya melalui bidang informasi dan komunikasi, sehingga keberadaan Telkom lebih bisa dirasakan kemanfaatannya bagi masyarakat. Untuk memacu pertumbuhan pengguna dan pemanfaatan Internet, PT. Telkom Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur mendirikan Broadband Learning Center di kota-kota di Indonesia, salah satunya dengan melakukan program CSR dalam bidang Teknologi dan Informasi. BLC (*Broadband Learning Center*) merupakan wujud dari program CSR Telkom di bidang layanan umum dengan pendatangannya kerjasama antara PT. Telkom Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur dengan Pemerintah Kota Surabaya (Pemkot) Selanjutnya "Broadband Learning Center" BLC dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya. Berkat kegigihan dalam menggarap bisnis yang berbalut aroma CSR, PT. Telkom Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur dianugerahi penghargaan dari Walikota Surabaya atas partisipasi dalam membantu kegiatan pembangunan di kota Surabaya, yang

diserahkan langsung oleh Walikota Surabaya Ir. Tri Rismaharini kepada GM PT. Telkom Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur Stanislaus Susatyo dalam satu kegiatan apel peringatan hari jadi kota Surabaya ke-720 di Taman Surya, Balai Kota Surabaya Jumat (31/5) .

“Broadband Learning Center”(BLC) merupakan fasilitas pembelajaran Teknologi komputer dan internet yang dapat dinikmati oleh masyarakat Surabaya secara gratis.“Broadband Learning Center” BLC hadir di lokasi-lokasi yang dekat dengan ruang publik, seperti taman kota dan rumah susun (rusun), sehingga mudah diakses oleh masyarakat. Selanjutnya “Broadband Learning Center” BLC dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya. Saat ini tercatat “Broadband Learning Center” BLC telah didirikan di enam lokasi yaitu, Rusunawa Penjaringan Sari, Taman Prestasi, Taman Flora, Rusunawa Tanah Merah, Kelurahan Made, dan Rusunawa Urip Sumoharjo. Pelatihan <http://www.themarketeers.com/archives/tri-rismaharini-dari-taman-sampai-egovernment.html#.U03faNJdXK0>).

Broadband Learning Center memiliki enam materi yang diberikan ialah Materi MS. Office (Ms Word, Ms. Excel, Power Point), Materi Web Desain Grafis (Photoshop, GIMP Image Editor, Corel Draw), Materi Aplikasi Android (Drop Box, Google Drive, Google Maps, Google Calender, Evernote, Tiemviewer), Materi Internet (Browser, Social Network, Membuat Blog), Bisnis Online dan Akses Perizinan Online. ([www.surabaya.co.id](http://www.surabaya.co.id))

Program CSR “*Broadband Learning Center*” BLC tersebut dilaksanakan oleh Telkom dan unit CDC (*Community Development Center*) yang bekerja sama dengan *Communications Division* untuk publikasi melalui media massa. Dalam pelatihan “*Broadband Learning Center*”BLC , Telkom mengusung 3 (tiga) konsep education, kemitraan dan bina lingkungan. Program education berupa meningkatkan mengoperasikan serta memanfaatkan kehadiran internet di tengah ruang kerjanya. Program kemitraan dengan usaha kecil adalah terciptanya lapangan kerja serta kesempatan berusaha masyarakat untuk mendorong faktor ekonomi. Sedangkan program bina lingkungan berbentuk hibah untuk memberdayakan masyarakat sekitar perusahaan.

Telkom yang bekerjasama dengan Pemkot membangun “Broadband Learning Center” (BLC) Tujuannya agar warga Kota Pahlawan itu melek TI. Ini merupakan salah satu upaya percepatan menuju Surabaya Cyber City. Cyber city merupakan salah satu konsep kota modern berbasis teknologi informasi yang kinitelah banyak diterapkan di sejumlah kota besar di seluruh dunia. Ini adalah konsekuensi logis dari meningkatnya kebutuhan masyarakat yang ingin mengakses informasi dan berkomunikasi dengan mudah dan cepat. Tujuan “*Broadband Learning Center*” BLC untuk mewujudkan Surabaya Multi Media City (SMMC) membangun sarana pembelajaran telematika yang berlokasi di beberapa tempat di Surabaya untuk

mewujudkan tujuan nasional, khususnya dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa dan mendorong tumbuhnya berbagai inovasi dalam sistem pendidikan. Sasaran sebagai Multi Media:

1. Surabaya *Broadband Government and Education* ( B – GovEd Wahana pelatihan pemanfaatan TIK secara selektif,
2. Surabaya pelajar SD, SLTP, dan SLTA di Kota Surabaya. *Broadband Citizen* bagi UKM, Layanan Free Hot Spot dan Community,
3. Surabaya Government informasi di beberapa lokasi Layanan informasi dan media pembelajaran Telematika yang telah disepakati. berbasis internet di lokasi Hot Spot Surabaya memiliki 5 tempat “*Broadband Learning Center*” BLC yang dapat memudahkan Warga Masyarakat untuk menjangkaunya.

Terwujudnya kota Surabaya sebagai pusat perdagangan dan jasa yang cerdas dalam merespon semua peluang dan tuntutan global, didukung oleh kepedulian tinggi dalam mewujudkan struktur pemerintahan dan kemasyarakatan yang demokratis, bermartabat dalam tatanan lingkungan yang sehat dan manusiawi program CSR PT. Telkom Indonesia Divisi Regional V Jawa Timur pada khususnya untuk meningkatkan mutu atau kualitas Sumber Daya Manusia dari Teknologi komputer dan internet.

Peran Teknologi komputer dan internet semakin penting dikarenakan kita sudah memasuki

era informasi (*information age*). Teknologi komputer dan internet adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi perangkat berbasis Teknologi komputer dan internet.

Saat ini keberadaan teknologi komputer dan internet sudah menjadi sebuah kebutuhan, hal apapun yang berkaitan dengan informasi dalam kehidupan manusia. Kehadirannya semakin akrab di sekitar kehidupan manusia, dan tidak bisa dipungkiri bahwa komputer manfaat maupun kegunaannya sangatlah besar dan membawa pengaruh di semua bidang yang disentuhnya, termasuk interaksi dalam masyarakat.

Di sisi lain kondisi menunjukkan adanya kesenjangan di tengah masyarakat, dimana masih banyak masyarakat kita yang belum “melek internet”, dan fakta menunjukkan bahwa justru masyarakat pelaku layanan di berbagai institusi belum mendapatkan pembekalan dan pelatihan yang cukup untuk dapat mengoperasikan serta memanfaatkan kehadiran internet di tengah ruang kerjanya.

Sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 11 Tahun 2008 pada pasal 4 dikemukakan bahwa: Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk:

- a) Mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia
- b) Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- c) Meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan public
- d) Membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab
- e) Memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara Teknologi Informasi.

Masyarakat yang ingin mengikuti pelatihan di “*Broadband Learning Center*”BLC, bisa datang setiap hari dari Senin hingga Jumat yang terbagi dalam tiga sesi selama dua jam. Untuk sesi pertama dimulai jam 08.00 WIB hingga 10.00 WIB. Sesi II dimulai dari jam 11.00 WIB hingga jam 13.00 WIB. Serta sesi III dimulai dari jam 14.00 WIB hingga jam 16.00 WIB. (09

<http://telkomspeedy.com/node/1432>,

Disamping permasalahan diatas, Boadband Learning Center tersebut juga menuai pro dan kontra lain, salah satunya yang disampaikan oleh Koordinator yang menjadi mentor di Broadband Learning Center, hal tersebut dilakukan karena pelatihan teknologi komputer dan internet mencemaskan para orang tua tentang adanya internet bagi anak-anaknya yang membuka situs-situs yang dilarang dan menurunkan minat membaca buku di perpustakaan,

tetapi Data Inclusion melalui Broadband Learning Center Surabaya mendapatkan penghargaan FutureGov ASIA Pasifik Data (<http://www.futuregov.asia/articles/2015/oct/25/recognising->)

Berdasarkan uraian diatas maka Peneliti tertarik untuk mengetahui Model Pengembangan program *Corporate Social Responsibility*“*Broadband Learning Center*” BLC yaitu Pelatihan Teknologi Komputer dan Internet yang dilakukan oleh Community Development Centre PT.Telekomunikasi Indonesia.Tbk Divre V Jawa Timur. Pemakai Pelatihan Teknologi Komputer dan Internet dibedakan menjadi empat kategori pelajar (SMP,SMA,Mahasiswa), Guru dan Tenaga pengajar dan keluarga, kelompok (perempuan atau pemuda) yang tentunya berpartisipasi dalam kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* ini.

Model Pengembangan mengenai Broadband Learning Center menarik untuk diteliti mengingat Broadband Learning Center adalah program CSR yang dilakukan pada PT.Telekomunikasi Indonesia,Tbk Divisi Regional V dan menjadikan pelatihan teknologi komputer dan internet tercepat di Surabaya serta munculnya fenomena komunikasi yang terjadi belakangan ini. Dengan penggunaan variabel Model Pengembangan diharapkan.Peneliti mendapat uraian persamaan tujuan dan harapan perusahaan dalam meningkatkan reputasi citra perusahaan.

## Tinjauan Pustaka

Pada dalam pendekatan model Macro didapati tiga dimensi diantara *Inputs*, *Outputs*, *Outcomes*. Untuk ditahap awalnya, model tersebut berangkat dari sebuah sikap Perusahaan dalam melakukan pemenuhan atas kebutuhan masyarakat. hal tersebut dilakukan dalam bentuk usaha Perusahaan yang kemudian diorganisasikan untuk menentukan tujuan dan target sasaran yang ingin dituju (*Inputs*). Setelah melakukan pengorganisasian tersebut, Perusahaan mengaplikasikannya keinginan dan tujuannya didalam sebuah keluaran (*Outputs*) dengan harapan Perusahaan dapat memenuhi kebutuhan lingkungan, dan atas keluaran tersebut dimana letak pengukuran berdasarkan penelitian model macro yang dapat diketahui tingkat tujuan dan keinginan Perusahaan dengan kebutuhan masyarakat (*Outcomes*). Hal tersebut yang nantinya dapat diukur melalui pendapat/persepsi umum untuk diketahui tingkat kesadaran masyarakat, perubahan sikap masyarakat, atau akhirnya mengubah perilaku masyarakat. sehingga dari hasil tersebut terlihat kesesuaian sikap Perusahaan dalam menentukan tujuan dan target sasaran dengan kebutuhan masyarakat/khalayak.

### **Definisi Operasional**

Model pengembangan merupakan salah satu pencapaian yang ingin diraih oleh sebuah organisasi atau perusahaan. Penelitian ini difokuskan pada masyarakat yang berusia 17 tahun sampai 60 tahun yang mengikuti pelatihan Broadband Learning Center dan mengerti tentang program

CSR Broadband Learning Center oleh PT.Telekomunikasi Indonesia Divre V Jawa Timur. Semakin efektif suatu program *Corporate Social Responsibility* Broadband Learning Center, maka akan menimbulkan dampak atau manfaat yang kuat bagi masyarakat.

Adapun pengukuran model pengembangan ialah dengan menggunakan model *Macro of Public Relations Evaluation*, yaitu dengan melihat hasil atau manfaat (*Outcomes*) yang dialami dan dirasakan masyarakat mengenai program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Broadband Learning Center pada PT.Telekomunikasi Indonesia Divre V Jawa Timur. Adalah sebagai berikut:

1. Perubahan Sikap Masyarakat
2. Perubahan Perilaku Masyarakat
3. Peningkatan Kesadaran Masyarakat terhadap manfaat Program (Awareness increase)

Untuk mengukur tiga indikator dalam penelitian ini, berikut akan dipaparkan masing-masing indikator yaitu:

1. Perubahan Sikap Masyarakat  
Sikap merupakan kecenderungan untuk merespons atau menanggapi sesuatu dengan cara tertentu dan membedakannya dengan yang lain. Sikap lebih merupakan pernyataan atau keputusan untuk menunjukkan kecenderungan terhadap objek (orang, peristiwa, atau kejadian) dalam bentuk penilaian. Penilaian itu, misalnya bersifat suka dan tidak suka, senang dan tidak senang, benar atau salah, cepat atau lambat (Syam, 2009:37).  
Perubahan sikap pelatihan

tentang program *Corporate Social Responsibility* Broadband Learning Center Surabaya dapat dilihat dari aspek sikap kognitif yaitu pengetahuan pemakai dan afektif yaitu bagaimana perasaan pemakai terhadap program *Corporate Social Responsibility*.

2. Perubahan Perilaku Masyarakat Perilaku seseorang dapat dipengaruhi untuk menuju objek, orang, peristiwa, atau isu tertentu. Perilaku berisi predisposisi untuk bertindak terhadap objek. Jadi berisi kecenderungan untuk bertindak (memutuskan) atau bertindak terhadap objek atau mengimplementasikan perilaku sebagai tujuan terhadap objek (Liliweri, 2011:166). Pengertian kecenderungan perilaku menunjukkan bahwa komponen konatif meliputi bentuk perilaku yang tidak hanya dapat dilihat secara langsung saja, akan tetapi meliputi pula bentuk-bentuk perilaku yang berupa pernyataan atau perkataan yang diucapkan oleh seseorang (Azwar, 2008:27-28). Perubahan perilaku pengunjung dapat dilihat dari kecenderungan untuk bertindak setelah mendapatkan manfaat dan dampak dari program CSR "Broadband Learning Center".

Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap manfaat program (Awareness increase).

### Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek yang dapat terdiri dari manusia, benda, hewan dan tumbuhan–tumbuhan, gejala-gejala, peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang

memiliki karakteristik tertentu dalam penelitian (Nawawi,1997:141). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang berusia 17 tahun sampai 60 tahun sebagai acuan batasan dari usia penelitian tersebut serta dapat mempertanggungjawabkan atas pernyataan mengenai program PT Telkom yaitu Efektivitas program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Broadband Learning Center, sesuai dengan data yang disediakan oleh BPS (2015) jumlah populasi pada usia 17 tahun sampai 60 tahun adalah 2.122.286. Dipilihnya masyarakat sebagai sasaran dalam penelitian ini karena masyarakat telah memiliki kemampuan berpikir yang lebih sempurna (kematangan kognitif), kematangan emosional dan social (Sobur,2003:52-53).

### **Broadband learning Center (BLC)**

Istilah Broadband Learning Center jika setiap susunan kata diartikan dalam Bahasa Indonesia mengandung arti : Broadband merupakan sebuah istilah dalam, internet yang memiliki arti koneksi internet transmisi data kecepatan tinggi, Learning adalah belajar, kemudian Center adalah pusat. Jika pengertian tersebut disimpulkan, Broadband Learning Center (BLC) adalah pusat belajar yang menggunakan koneksi internet transmisi data dengan kecepatan tinggi. Sedangkan menurut situs resmi Telkom [www.telkom.go.id](http://www.telkom.go.id) menyebutkan Broadband learning center (BLC) merupakan fasilitas pembelajaran IT yang dapat dinikmati oleh masyarakat Surabaya secara gratis sebagai salah satu upaya percepatan menuju Surabaya Cyber

City. Jadi, semakin cepat masyarakat Surabaya menjadi tidak gaptek IT. Tidak hanya itu, pelaksanaan e-Gov Surabaya bahkan mampu menyabet penghargaan di tingkat internasional. Alhasil, banyak daerah/negara lain yang berkunjung guna mempelajari sistem e-Gov Surabaya lebih mendalam. ([http://www.surabayakita.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=7986:bapeten-belajar-e-government-di-pemkot-sby&catid=25&Itemid=28](http://www.surabayakita.com/index.php?option=com_content&view=article&id=7986:bapeten-belajar-e-government-di-pemkot-sby&catid=25&Itemid=28))

Broadband Learning Center memiliki enam materi yang diberikan ialah Materi MS. Office (Ms Word, Ms. Excel, Power Point), Materi Web Desain Grafis (Photoshop, GIMP Image Editor, Corel Draw), Materi Aplikasi Android (Drop Box, Google Drive, Google Maps, Google Calender, Evernote, Tiemviewer), Materi Internet (Browser, Social Network, Membuat Blog), Bisnis Online dan Akses Perizinan Online. ([www.surabaya.co.id](http://www.surabaya.co.id))

“Broadband Learning Center” BLC hadir di lokasi-lokasi yang dekat dengan ruang public, seperti taman kota dan rumah susun (rusun), sehingga mudah diakses oleh masyarakat. Selanjutnya Broadband Learning Center (BLC) dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya. Saat ini tercatat BLC telah didirikan di enam lokasi yaitu, Rusunawa Penjaringan Sari, Taman Prestasi, Taman Flora, Rusunawa Tanah Merah, Kelurahan Made, dan Rusunawa Urip Sumoharjo (<http://www.themarketeers.com/archives/tri-rismaharini-dari-taman-sampai-egovernment.html#.U03faNJdXK0>).

Program CSR “Broadband Learning Center” BLC tersebut dilaksanakan oleh Telkom dan unit CDC (*Community Development Center*) yang bekerja sama dengan *Communications Division* untuk publikasi melalui media massa. Dalam pelatihan “Broadband Learning Center” BLC, Telkom mengusung 3 (tiga) konsep education, kemitraan dan bina lingkungan.

### Analisis data

Peneliti menggunakan metode Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan table frekuensi yang digunakan untuk menggambarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara berdasarkan penyebaran kuesioner yang diisi oleh responden yang didekatkan pada dimensi-dimensi dari model *Macro of Evalution Public Relations (Inputs, Outputs, Outcomes)*.

Data yang diperoleh dari hasil kuesioner selanjutnya akan diolah untuk mendeskripsikan. Pengolahan data yang diperoleh dari hasil kuesioner terdiri dari: mengedit, mengkode dan memasukkan data tersebut dalam tabulasi data untuk selanjutnya dianalisis secara deskriptif setiap pertanyaan yang diajukan.

Data yang didapat dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan rumus: Editing atau seleksi angket yaitu data yang digunakan untuk mencapai hasil analisa yang baik. Data yang salah disisihkan atau tidak dipergunakan sehingga data yang diperoleh valid. Coding yaitu pemberian tanda atau kode agar, mudah memberikan



jawaban. Tabulating yaitu menggolongkan data dalam tabel, data-data yang ada dapat dihubungkan dengan pengukuran terhadap variabel-variabel yang ada (Rakhmat, 2002:134)

Adapun rumus yang dipergunakan adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Persentase Responden

F = Frekuensi Responden

N = Jumlah Responden

Dengan menggunakan rumus tersebut maka diperoleh apa yang diinginkan peneliti kategori tertentu. Hasil perhitungan selanjutnya dilampirkan dalam hasil table yang disebut tabulasi agar mudah diinterpretasikan.

### Hasil Penelitian

Hasil analisis pengukuran Model Pengembangan Program Corporate Social Responsibility (CSR) "Broadband Learning Center" pada sub-program Pelatihan Teknologi, masuk dalam kategori setuju. Hal ini dapat dibuktikan bahwa sebanyak 100% orang atau sebesar 100% Pemakai Pelatihan Teknologi Komputer mengalami perubahan sikap, sebanyak 99 orang atau sebesar 99% pemakai mengalami perubahan perilaku, dan sebanyak 99 orang atau sebesar 99% pemakai mengalami peningkatan kesadaran terhadap manfaat program.

Hasil analisis pengukuran Model Pengembangan Program Corporate Social Responsibility (CSR) "Broadband Learning Center"

pada sub-program Pelatihan teknologi Internet masuk dalam kategori setuju. Hal ini dapat dibuktikan bahwa sebanyak 95 orang atau sebesar 95% pemakai teknologi internet mengalami perubahan sikap, sebanyak 100 orang atau sebesar 100% pemakai mengalami perubahan perilaku, dan sebanyak 99 orang atau sebesar 99% pemakai mengalami peningkatan kesadaran terhadap manfaat program.

### Simpulan

Model Pengembangan sub-program secara keseluruhan, pada penelitian ini secara keseluruhan model pengembangan program Corporate Social Responsibility "Broadband Learning Center" terletak pada kategori setuju. Artinya hal tersebut menunjukkan bahwa program CSR yang dilakukan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Divre V dengan menggunakan pendekatan analisis Macro of Evaluation Public Relations memiliki nilai yang tinggi dari total skor keseluruhan indikator sehingga program CSR "Broadband Learning Center" dapat dikatakan program yang setuju dan tepat untuk memperbaiki Broadband Learning Center. Program CSR "Broadband Learning Center" telah berhasil dan tepat guna bagi pemakai yang menikmati fasilitas dan sarana tersebut. Telkom mewujudkan kebutuhan masyarakat melalui program CSR dengan konsep education (pelatihan Teknologi dan Pelatihan Teknologi Internet). Responden juga mengalami perubahan sikap, perubahan perilaku, dan peningkatan kesadaran terhadap

manfaat program Corporate Social Responsibility "Broadband Learning Center". Program CSR milik PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Divre V secara keseluruhan masyarakat atau pemakai Broadband Learning Center dapat menerima dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Airlangga Kampus B. Skripsi Ilmu Informasi dan Perpustakaan. Universitas Airlangga Surabaya
- Budimanta, A dkk. 2004. Corporate Social Responsibility : jawaban bag\_ i model pembangunan Indonesia masa kini. Jakarta : ICSD.
- Bungin, Burhan. 2004. Metodologi Penelitian Sosial.Surabaya :Airlangga University Press.
- Campbell. 1989. Riset dalam Efektivitas Organisasi. Terjemahan SahatSimamora. Jakarta :Erlangga.
- Djamarah.BahriSvaiful.2004. Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak Dalam Keluarga (Sebuah Perspektif Pendidikan Islam)" Jakarta : PT. Rineka Cipta.
2005. Ilmu. Teori.dan Filsafat Komunikasi.Bandung PT.Citra Aditya Bakti.
- Handyaningrat, Soewarno. 1996. Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen.Jakarta : Gunung Agung.
- Harwinda, Astried. 2013. Laporan Praldek Magang "Kegiatan CSR di PT Bank Jatim Surabaya ". Wibisono, Jusuf. 2007. Dalam buku "Membedah Konsep dan Aplikasi CSR".
- Kriyantono, Rachmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Jakarta :Kencana
2008. Public Relations Writing, cetakan kedua. Jakarta Kencana Prenada Media Group.
- Kusdiana, YuriaNiko. 2011. Efektivitas Penggunaan Opac di Perpustakaan Studi Deskriptif Efektivitas Penggunaan Opac di Perpustakaan Universitas
- Liliweri.Alo.2011. Komunikasi Serba Ado Serba Makna.Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana.Deddv. 2001. Pengantar Ilmu Komunikasi Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
2002. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung :PT. Remaja Rosdakarva.
- Napitupulu.Napitulu.Melati. 2011. Opini Masyarakat terhadap Kegiatan CSR Perusahaan (Studi Deskriptif Kuantitatif Mengenai Opini Masyarakat Kelurahan Sari Rejo Medan terhadap Kegiatan Corporate Social Responsibility PT. Jamsostek (Persero) kanwil I Medan
- Rakhmat, Jalaluddin. 2002. Psikologi Komunikasi, Edisi Revisi. Bandung PT. Remaja Rosdakarya.
- Siagian, P.Sondang. 2001. Organisasi Kepemimpinan

- dan Perilaku Organisasi. Jakarta : Gunung Agung.
- Soetomo. 2008. Masalah Sosial dan Upaya Pemecahannya cetakan I Penerbit Pustaka Pelajar.
- Solihin. 1. 2009. Corporate Social Responsibility : from charity to sustainability. Jakarta : Salemba Empat.
- Streeters. M. Richard. 1980. Efektivitas Organisasi. Jakarta : Erlangga.
- Syam, Nina W. 2009. Sosiologi Komunikasi. Bandung : Humaniora.
- Turker. D. 2008. How Corporate Social Responsibility Influences Organizational Commitment. Journal of Business Ethics 89:189-204.
- Prestasi Pustaka.
- Yulianita. Neni. 2007. Dasar-Dasar Public Relations. Bandung : LPPM Unisba.
- Internet:**  
[http://ukmtelkom.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=39:berita-pkbl&Itemid=105,](http://ukmtelkom.com/index.php?option=com_content&view=article&id=39:berita-pkbl&Itemid=105)  
[http://www.themarketeers.com/archives/tri-rismaharini-dari-taman-sampai-egovernment.html#.U03faNJdXK0,](http://www.themarketeers.com/archives/tri-rismaharini-dari-taman-sampai-egovernment.html#.U03faNJdXK0)  
[http://www.surabaya.co.id,](http://www.surabaya.co.id)  
[http://archive.kaskus.co.id/thread/14866581/0/surabaya-menuju-kota-cyber,](http://archive.kaskus.co.id/thread/14866581/0/surabaya-menuju-kota-cyber)  
[http://m.eksposnews.com/view/9/36716/.html,](http://m.eksposnews.com/view/9/36716/.html)  
[http://www.suaralempanas.com/2015/10/surabaya-raih-dua-penghargaan-future.html,](http://www.suaralempanas.com/2015/10/surabaya-raih-dua-penghargaan-future.html)

Wiriarso, Heru Puji. 2005. Sosiologi Komunikasi Massa. Cetakan pertama Jakarta Penerbit